

**KORELASI TINGKAT KEYAKINAN TERHADAP SESAJEN DENGAN
KEBERHASILAN BISNIS DI MASYARAKAT (STUDI DI KELURAHAN
WALA KECAMATAN MARITENGNGAE KABUPATEN SIDRAP)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

Hikmah Nur Handayani

Nim 15.0401.0070

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2019

**KORELASI TINGKAT KEYAKINAN TERHADAP SESAJEN DENGAN
KEBERHASILAN BISNIS DI MASYARAKAT (STUDI DI KELURAHAN
WALA KECAMATAN MARITENGNGAE KABUPATEN SIDRAP)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE)

pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

Hikmah Nur Handayani

Nim 15.0401.0070

Dibimbing oleh :

1. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M. Ag
2. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2019

PENGESAHAN SKRIPSI

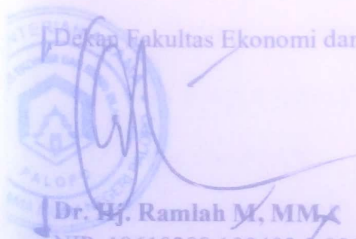
Skrripsi yang berjudul "**Korelasi Tingkat Keyakinan terhadap Sesajen dengan Keberhasilan Bisnis di Masyarakat (Studi Kasus di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap)**" yang ditulis oleh **Hikmah Nur Handayani** dengan **NIM. 15 0401 0070** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari **Rabu 18 September 2019 M** bertepatan dengan **18 Muharram 1441 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**.

Palopo, 04 Oktober 2019 M
05 Safar 1441 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji I | (.....) |
| 4. Alia Lestari, S.Si., M.Si. | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.,Sy MA.Ek | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui


Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001


Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah
Dr. Fasiha, M.EI
NIP. 19810213 200604 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hikmah Nur Handayani

NIM : 15.0401.0070

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 16 Agustus 2019



Yang membuat Pernyataan

Hikmah Nur Handayani
Nim. 15.0401.0070

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah swt. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul ***“Korelasi Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen dengan Keberhasilan Bisnis di Masyarakat (Studi di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap)”*** dapat diselesaikan tepat pada waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah swt. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tercinta, ayahanda Muh. Idris Ali dan ibunda Fitriani Anis yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah SWT. memohon

keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, sebagai Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan I, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III, Dr. Takdir, S.H., M.H. dan ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.El. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan

perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag dan Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek yang masing-masing sebagai pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
5. Kepala perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat penulis (Dian Pratiwi, Kasmi, Ika Andriani, Rika, Ramatiyah, Hardiyanti Jenne, Rosmini, Israyanti, Rismayanti, Nurjannah, Meliana, Muansar Rusman, Andryansyah, Muchtar, Imran Efendi) yang selalu ada dalam suka dan duka untuk penulis.

8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 Ekonomi Syariah C yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal sari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya.

Palopo, Agustus

2019

Hikmah Nur Handayani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS PENGUJI	vi
PERSETUJUAN PENGUJI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Operasional Variabel	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	8
B. Dasar Teori	11
1. Keyakinan	11
2. Keberhasilan Bisnis	15
C. Kerangka Pikir.....	26
D. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel.....	28

D. Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Instrument Penelitian.....	32
G. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Sesajen.....	40
B. Karakteristik Responden.....	41
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan	44

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA.....	63
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel
- Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian
- Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Keberhasilan Bisnis (Y)
- Tabel 3.3 Uji Realibilitas Variabel Keberhasilan Bisnis (Y)
- Tabel 3.4 Pengkategorian Variabel Tiingkat Keyakinan (X)
- Tabel 3.5 Pengkategorian Variabel Tingkat Keberhasilan Bisnis (Y)
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Agama
- Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan
- Tabel 4.5 Deskripsi Responden Variabel Tingkat Keyakinan (X)
- Tabel 4.6 Deskripsi Responden Variabel Keberhasilan Bisnis (Y)
- Tabel 4.7 Distribusi Skor Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen di Masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap
- Tabel 4.8 Distribusi Skor Keberhasilan Bisnis pada Masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap
- Tabel 4.9 Hasil Crosstabulation Gabungan Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen Dengan Keberhasilan Bisnis
- Tabel 4.10 Hasil Uji *Chi-Square*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Histogram Variabel Tingkat Keyakinan

Gambar 4.2 Histogram Variabel Keberhasilan Bisnis

Gambar 4.3 Diagram Batang Gabungan Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen dengan Keberhasilan Bisnis di masyarakat

ABSTRAK

Hikmah Nur Handayani, 2019. “Korelasi Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen dengan Keberhasilan Bisnis di masyarakat (Studi Kasus di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap)”. Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Pembimbing (I) Dr. Muhammad Tahmid Nur, M. Ag dan Pembimbing (II) Dr. Adzan Noor Bakri, SE.,Sy MA.Ek.

Kata Kunci : Tingkat Keyakinan, Keberhasilan Bisnis

Skripsi ini membahas tentang bagaimana hubungan tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis dengan mengangkat permasalahan yakni : Adakah hubungan tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasi, populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang berbisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Sampel yang diambil adalah sebanyak 60 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor sponantants, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.

Berdasarkan hasil Chi-Square diperoleh bahwa nilai asymp. Sig. (2-Sided) sebesar 0,425 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam kebudayaan dan kesenian tradisi, hal ini dipengaruhi oleh masyarakat Sulawesi Selatan yang mempunyai berbagai macam suku mayoritas yaitu Bugis, Makassar, Mandar, Toraja.¹ Sesajen merupakan tradisi yang sampai saat ini masih sering dilakukan oleh masyarakat dan memiliki tingkat keyakinan yang masih sangat kental dan bernilai sakral bagi masyarakat. Hal ini banyak terjadi pada masyarakat yang masih memegang teguh keyakinan akan tradisi sesajen tersebut. Seperti halnya yang biasa dilakukan oleh masyarakat di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap mereka masih memegang teguh keyakinan akan tradisi sesajen tersebut.

Telah menjadi bagian kehidupan masyarakat yang mendarah daging untuk memberikan makanan atau makanan dikhusus makhluk halus (jin) “tuhan” atau berhala mereka yang menguasai daerah dimana manusia berada, Alasan budaya pemberian sesaji tetap bertahan adalah kepercayaan masyarakat bahwa makhluk halus dapat memberikan manfaat dan mudarat kepada mereka.² Hal ini sering terjadi pada

¹Asmonalisa, “*Tradisi Manempu’ Wette Di Desa Baniaga Kecamatan Turikale Kabupaten Maros*”, (Universitas Negeri Makassar, 2010), h.17.

²Endra K. Prihadhi, *Makhluk Halus dalam Fenomena Kemusyrikan* (Edisi 1-Jakarta: Salemba Diniyah, 2004), h.68.

denganNya, dan jiwanya akan terlepas dan kebutuhan serta belenggu dari ambisi maupun ikatan-ikatan lainnya yang membelenggu jiwanya.

Masyarakat tradisional percaya akan adanya suatu aturan tetap, yang mengatasi segala apa yang terjadi dalam alam dunia yang dilakukan oleh manusia.⁴Ritual merupakan sebagai perilaku yang membentuk sebagian sistem tanda dan yang bertugas untuk mengkomunikasikan informasi. Ritual sebagai pertunjukkan serangkaian tindakan dan ungkapan formal yang kurang lebih sama, yang tidak sepenuhnya disandikan oleh pelaku.⁵

Menurut pakar ilmu jiwa Freud sebagaimana ditulis dalam buku M. Quraish Shihab menduga bahwa kepercayaan tentang makhluk halus lahir dari penyembahan nenek moyang, setelah kematian mereka.⁶Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.⁷

Sesajen merupakan sesuatu sesajian-sesajian yang berbentuk benda, makanan, binatang, bungadan lain-lain yang dipersembahkan sebagai tanda penghormatan atau rasa syukur kepada Tuhan, dewa, roh nenek moyang, makhluk halus yang dianggap dapat mendatangkan keberuntungan, menolak kesialandan rasa syukur terhada

⁴Goenawan Monoharo, et.al, *Seni Tradisional Sulawesi Selatan* (cet.1-Makassar: Lamacca Press, 2003), h.37.

⁵Ayatullah Humaeni “*Ritual Kepercayaan Lokal dan Identitas Budaya Masyarakat Ciomas Banten*”, (Banten: IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2015), Jurnal, Vol.17 No.2 h.173.

⁶M.Quraish Shihab, *Yang Tersembunyi* (cet.III-Jakarta: Lentera Hati, 2000), h.5.

⁷KBBI Daring, “*Kepercayaan*” <https://kbbi.web.id> (1 Agustus 2018).

psemua yang terjadi di masyarakat dengan berbagai macam ritual religi.⁸ Jadi sesajen merupakan suatu persembahan kepada dewa atau roh nenek moyang yang dianggap dapat mendatangkan keberuntungan bagimasyarakat yang mempercayainya, termasuk keberuntungan akan keberhasilan bisnis, seperti yang dilakukan oleh masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap mereka melakukan sesajen untuk mendapatkan keberuntungan akan usaha, kesehatan, dan keselamatan. Beberapa cara yang biasa mereka lakukan yaitu dengan menempatkan makanan dibawah pohon dan juga menenggelamkan makanan di sumur, ritual ini dilakukan apabila keinginan telah terpenuhi.

Menurut Elbert dan Griffin sebagaimana ditulis dalam buku Sunardi dan Anita Priastiwi bisnis adalah suatu organisasi yang menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dijual dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (profit).⁹Bisnis juga didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kedalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan jasa atau barang, dengan tujuan barang dan jasa tersebut bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.¹⁰Jadi bisnis merupakan suatu aktivitas yang menghasilkan barang dan jasa yang

⁸Leni Erviana, “*Makna Sesajen Dalam Ritual Tilem Dan Implikasinya Terhadap Kehidupan Sosoal Keagamaan (Studi Pada Umat Hindu Di Desa Bali Sadhar Tengah Kecamatan Banjit Kabupaten Way Kanan)*”, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017), h.1.

⁹Sunardi, dan Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, & Kasus* (Cet.I-Yogyakarta: CAPS(Center for Academic Publishing Service), 2015) h.1.

¹⁰Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* (Ed.I-Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015).

dibutuhkan oleh masyarakat dan guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dari latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mendalami hal tersebut mengenai “Korelasi Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen Dengan Keberhasilan Bisnis di Masyarakat (Studi Kasus di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap).Penulis tertarik mengangkat judul ini karena pada zaman modern sekarang masih banyak masyarakat di Indonesia yang melakukan hal-hal seperti ini dan juga mereka masih mempercayai dengan ritual-ritual sesajen ini terutama di daerah Bugis Sidrap.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah:

Adakah korelasi antara tingkat keyakinan masyarakat terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Mengetahui adakah korelasi antara tingkat keyakinan masyarakat terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan memiliki manfaat dari penelitian tersebut baik bagi penulis, bagi orang lain maupun bagi masyarakat umum.

Manfaat bagi penulis dari penelitian ini adalah:

Penulis dapat mengetahui adakah korelasi antara tingkat keyakinan masyarakat terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis

Manfaat bagi masyarakat:

Masyarakat dapat mengetahui korelasi antara tingkat keyakinan masyarakat terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis.

E. Definisi Operasional Variabel

Proposal ini berjudul “Korelasi Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen dengan Keberhasilan Bisnis di Masyarakat (Studi Kasus di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap) untuk itu sangat penting mendefinisikan operasional variabel agar tidak terjadi kesalahan penafsiran kepada pembaca serta memudahkan peneliti.

Tabel 1.1 Definisi Operasional

Variabel	Defini Operasional	Indikator
Keyakinan (X)	Pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal.	Indikator keyakinan terdiri dari 2 yaitu: 1. Frekuensi doa 2. Mendengarkan literatur keagamaan 3. Membaca program keagamaan

		4. Mengucapkan rahmat/doa
Keberhasilan Bisnis (Y)	Keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya.	<p>Indikator keberhasilan usaha terdiri dari 5 indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil cukup memenuhi kebutuhan rumah tangga 2. Usaha tetap bisa bertahan 3. Kesejahteraan keluarga terjamin 4. Kesejahteraan karyawan terpenuhi 5. Dapat berkembang

BAB II

Kajian Pustaka

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian tentang sesajen dengan keberhasilan bisnis sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti sebelumnya. Beberapa diantaranya adalah Hardin dengan judul penelitian “Komunikasi Transendental Dalam Ritual Kapontasu Pada Sitem Perladangan Masyarakat Etnik Muna”. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendeskripsikan prosesi pelaksanaan dan makna ritual *kapontasu* dalam kaitannya dengan komunikasi transendental dan menganalisis simbol-simbol yang terdapat didalamnya: berupa *bhatata* (mantra), sesaji, bahan-bahan ritual *kapontasu*. Tinjauan teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep ritual, teori komunikasi transdental dan teori semiotic. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, proses pelaksanaan ritual kapontasu terdiri dari 3 tahap yaitu: 1) tahap pra-pelaksanaan, 2) tahap pelaksanaan, 3) kegiatan terakhir adalah menana. Kedua, makna symbol-simbol yang terdapat dalam ritual kapontasu kaitannya dengan komunikasi transendental pada masyarakat etnik Muna adalah terdiri atas 2 yakni: pertama, makna symbol material berupa bahan sesajen, dan kedua, makna symbol non material, berupa *falia* (pantangan) dan *bhatata* (mantra). Bentuk komunikasi transendental dalam ritual kopantosu, yakni: pihak yang menjadi sumber atau komunikator adalah Tuhan dan manusia (*parika*). Unsur pesan yang disampaikan adalah berupa doa/mantra. Media yang digunakan adalah

komunikasi tradisional berbentuk lisan dalam bentuk verbal (bahasa/bhatata) dan nonverbal (gerak isyarat). Unsur penerima adalah sama dengan sumber, dimana Tuhan dan kekuatan gaib, dan manusia berfungsi timbal-balik sebagai sumber dan penerima.¹¹ Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat percaya jika ritual kapontasu tidak dilakukan sebelum menanam padi, maka petani yang menanam padi akan mengalami gangguan dari makhluk halus. Selain itu, padi yang ditanamkan diserang berbagai penyakit sehingga masyarakat mengalami kegagalan panen.

Sumianti, Muh. Arsyad, dan Hj. Ratna Supiyah dengan judul penelitian “Dampak Tradisi Katutuhano Tei (Tolak Bala) Terhadap Keberlangsungan Kehidupan Masyarakat Nelayan (Studi Di Desa Wtorumbe Kecamatan Mawasangka Tengah Kabupaten Buton Tengah)”. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui proses pelaksanaan, dampak, dan nilai-nilai yang terkandung dalam budaya tradisi Katutuhano Tei (Tolak Bala) yang masih ada di Desa Wtorumbe Kecamatan Mawasangka Tengah Kabupaten Buton Tengah. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu adalah kualitatif dengan informan sebanyak 10 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: prosesi pelaksanaan upacara tradisi Katutuhano Tei terdiri dari 3 tahap diantaranya: (a) Tahap persiapan (b) Tahap pelaksanaan (c) Tahap penutupan. Tradisi Katutuhano Tei memiliki 2 dampak yaitu: (a) Dampak positif dimana masyarakat percaya bahwa dengan melakukan tradisi Katutuhano Tei masyarakat merasa nyaman karena tanpa ada pemboman ikan secara

¹¹Hardin “Komunikasi Transendental Dalam Ritual Kapontasu Pada Sistem Perladangan Masyarakat Etnik Muna” Universitas Halu Oleo Kendari, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol.20 No.1 thn.2016 h.63

liar yang akan merusak lingkungan laut sehingga masyarakat setempat yang melaut berpenghasilan yang cukup dan masyarakat juga terhindar dari berbagai macam bencana (b) Dampak negatif, masyarakat percaya tanpa melakukan upacara tradisi Katutuhano Tei merasa merasa tidak nyaman karena takut untuk melaut sehingga pendapatannya berkurang dan mengalami berbagai bencana. Nilai yang terkandung dalam tradisi Katutuhano Tei ada 2 diantaranya: (a) nilai gotong royong (b) nilai solidaritas.¹² Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat percaya dengan melakukan upacara Tolak Bala masyarakat merasa nyaman karena tidak perlu melakukan pemboman secara liar sehingga masyarakat yang melaut berpenghasilan yang cukup.

Apita Fikri Indrasauri dengan judul penelitian “Kepercayaan Pedagang Terhadap Wong Pinter Dalam Menunjang Usaha Dagang Di Pasar Bintoro Demak”. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah kepercayaan kepada wong pinter telah menjadi budaya lokal dikalangan pedagang pasar Bintoro Demak. Peranan wong pinter sangatlah besar dalam usaha dagang di pasar Bintoro Demak yaitu, salah satunya bahwa wong pinter diyakini mampu membantu masyarakat dalam segala permasalahan hidup. Para pedagang menganggap wong pinter sebagai salah satu ritual yang harus dilakukan sebelum membuka usaha dan diyakini dapat mengembangkan usaha dagang.

¹²Sumianti, Muh. Arsyad, dan Hj. Ratna Supiyah “*Dampak Tradisi Katutuhano Tei (Tolak Bala) Terhadap Keberlangsungan Kehidupan Masyarakat Nelayan (Studi Di Desa Wtorumbe Kecamatan Mawasangka Tengah Kabupaten Buton Tengah*” Jurnal Vol.3 No.1 thn.2018 h.352.

Masyarakat percaya pada wong pinter karena kukatan luar biasa yang dimiliki oleh wong pinter. Pedagang pergi ke wong pinter tidak hanya meminta bantuan dalam menunjang usaha dagangngya, akan tetapi juga ada yang meminta bantuan untuk menjatuhkan yang dianggap sebagai pesaing dagangnya.¹³ Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih percaya pada wong pinter karena kekuatan luar biasa yang dimiliki wong pinter.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan diatas dapat disimpulkan bahwa persamaan yang mendasar tentang penelitian terdahulu yang relevan diatas dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang sesajen dan ritual yang dilakukan untuk keberhasilan bisnis dan kelangsungan kehidupan bagi masyarakat. Perbedaannya terdapat pada jenis penelitian, lokasi, waktu dan tempat yang digunakan oleh peneliti serta penulis lebih memilih meneliti pada seluruh pedagang di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap

B. Dasar Teori

1. Keyakinan

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu keyakinan didasarkan pada pengetahuan, opini dan keyakinan yang mungkin dipengaruhi dan tidak dipengaruhi oleh rasa emosional, setelah keyakinan maka

¹³Apita Fikri Indrasauri “*Kepercayaan Pedagang Terhadap Wong Pinter Dalam Menunjang Usaha Dagang Di Pasar Bintoro Demak*” (Universitas Negeri Semarang. 2012) ISSN 2252-7133 h.22-23.

akantimbul sikap yang telah dipengaruhi oleh keyakinan sebelumnya.¹⁴Sajian adalah suatu rangkaian makanan kecil, benda-benda kecil, bunga-bunga serta barang hiasan yang tentunya disusun menurut konsepsi keagamaan sehingga merupakan lambing (simbol) yang mengandung arti.¹⁵Sesajen adalah warisan dari zaman Hindu-Budha, sesajen dibuat untuk mengucapkan syukur atau sebagai tanda penghormatan kepada Tuhan/leluhur.¹⁶Adanya kepercayaan tentang hal-hal yang gaib dan sulitnya bagi masyarakat untuk mengekspresikan hal-hal tersebut, karena dalam pemikiran-pemikiran dan jiwa para individu yang sifatnya abstrak, maka untuk mewujudkan dalam kenyataan kehidupan hanyalah secara simbolik melalui bentuk pemujaan.¹⁷Indicator keyakinan menurut ada 4 yaitu:¹⁸

a. Frekuensi doa

Praktek keagamaan dan doa pada dasarnya adalah bentuk ritual, doa kemudian diperlakukan sebagai ritual individual.¹⁹Hargrove dalam buku Raymond F. Paloutzian

¹⁴Sisilya Truly Retor “*Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Conbloc Indonesia Surya Manado*” Jurnal EMBA Vol.2 No.3 thn.2014 h.666.

¹⁵Ria Putri Susanti “*Makna Simbolik Sesajen Dalam Kesenian Tradisional Kuda Lumping Sanggar Karya Budaya Di Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak*” Jurnal Vol.5 Edisi 1 Januari-Juni 2018 h.8.

¹⁶Alexia Cahyaningtyas “*Filosofi Sesajen*” Blog Alexia Cahyaningtyas <https://jurnalkejawen.blogspot.com> (13 Desember 2018).

¹⁷Fatmawati P “*Menre’ Bola Baru*” Jurnal Vol.5 No.2 thn.2014 h.369.

¹⁸John E. Fetzer Institut “*Multidimensional Measurement Of Religiousness/Spirituality For Use In Health Research*” (Amerika Serikat: Fetzer Institute, 2003) h. 40.

¹⁹Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park “*Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality*” (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 365.

dan Crystal L. Park mengklaim bahwa ada kecenderungan universal untuk agama menjadi ritual, untuk melibatkan pola perilaku yang sangat dapat diprediksi.²⁰ Wiebe dalam buku Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park merekomendasikan bahwa pendekatan ilmiah terhadap agama menekankan pentingnya praktik keagamaan, dengan kata lain, esensi agama adalah kinerja ritual.²¹ Ritual pada dasarnya adalah pola perilaku yang ditentukan, karenanya perilaku yang terstruktur, jika tidak maka tidak akan dianggap efektif untuk tujuan apapun yang dimaksudkan.²²

b. Mendengarkan program keagamaan

Kemajuan teknologi telah membawa layanan ibadah ke televisi. Meskipun ritual hadir dikedua pengaturan, itu jauh lebih berpengaruh dalam pelayanan ibadah. Bagi kebanyakan orang, bentuk pengabdian ini secara pribadi lebih nyata dan memuaskan dari pada menonton persentasi televisi. Bagi mereka persembahan TV dapat memberikan kontak yang sangat diinginkan dengan pengaturan dan kegiatan religioispiritual. Ini juga merupakan cara bagi pembicara ulama untuk menyampaikan khotbah yang mengiklankan diri mereka sendiri dan pelayanan mereka ditambah posisi konservatif secara religious dan politis.²³

²⁰Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park *"Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality"* (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 365.

²¹Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park *"Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality"* (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 365.

²²Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park *"Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality"* (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 365.

²³Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park *"Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality"* (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 369-370

c. Membaca literatur keagamaan

Ada kesepakatan luas bahwa upacara keagamaan adalah bentuk ritual yang khas dan istimewa. Pertama, mereka melibatkan kelompok rujukan yang unik. Kedua, tujuan mereka yang melakukan ritual keagamaan adalah untuk menghubungi, mengidentifikasi. Ketiga, ketika ritual yang dimaksud telah selesai, urutan tindakan yang memungkinkan berakhir. Keempat, ritual keagamaan hanya dapat dilakukan oleh anggota badan keagamaan tertentu. Kelima, seringkali ritual harus dilakukan melalui tokoh agama khusus.²⁴

d. Mengucapkan rahmat/doa

Ibadah Muslim dilakukan lima kali sehari, dan peserta menjelaskan perilaku mereka secara ideologis dan pengalaman. Dengan cara yang sama, dalam tradisi Yahudi-Kristen, waktu penyembahan khusus untuk hari-hari suci dan hari-hari puasa yang ditetapkan didasarkan pada prinsip yang sama. Berger dalam buku Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park mengemukakan bahwa orang lupa, perlu diingatkan dan ritual keagamaan telah menjadi instrument penting dari proses mengingatkan ini.²⁵

Dalam penjelasan tradisional tentang ritual sebagai komunikasi yang fundamental, baik ibadah maupun doa dipandang sebagai mekanisme yang menjaga hubungan antara manusia dan dewa mereka. Memperlakukan ibadah dan doa sebagai

²⁴ Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park “*Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality*” (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 367.

²⁵ Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park “*Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality*” (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 370

adaptif, Pruyser dalam buku Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park menggambarkan hasil mereka sebagai memperkuat keberanian, mengangkat semangat, meningkatkan kepercayaan diri, menyegarkan penyembah, melepaskan ketegangan, memperbaiki sikap, meningkatkan moral dan sebagainya.²⁶

2. Keberhasilan Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat.²⁷ Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada satu periode lebih besar dari total biaya pada periode yang sama.²⁸ Dalam jurnal Alfina Dewi Ratnasari keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya, dan bisnis adalah usaha yang dijalankannya yang tujuan utamanya adalah keuntungan.²⁹ Dalam jurnal Kadek Agus Suarmawan untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang, suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut

²⁶Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park “*Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality*” (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 371

²⁷Ir. Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis* (Ed.I-Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) h.1.

²⁸Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus* (Ed.1. Cet.1-Jakarta: Kencana, 2006).

²⁹Alfina Dewi Ratnasari “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha bisnis online shop di kota Samarinda*” Jurnal Vol.5, No.1, thn.2017 h.124.

mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, atau laba, jenis usaha atau pengelolaan.³⁰

Indikator keberhasilan usaha menurut Lies Indriyatni ada 5 yaitu:³¹

1. Hasil cukup memenuhi kebutuhan rumah tangga

Jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga. Kewajiban suami sebagai kepala rumah tangga adalah untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, semakin banyak tanggungan akan semakin banyak pula pengeluaran rumah tangga. Jika pendapatan suami belum mencukupi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, disinilah peran ibu rumah tangga yang ingin membantu memenuhi kebutuhan rumah tangga, sehingga memutuskan untuk bekerja disamping tugasnya sebagai ibu rumah tangga. Keluarga dengan dua sumber pendapatan dirasa lebih dapat meningkatkan kualitas standar hidupnya dan sangat erat hubungannya dengan pola konsumsi. Kurangnya pendapatan keluarga adalah factor yang menyebabkan perempuan bekerja, selain itu juga karena pendapatan suami yang diperoleh terkadang tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga.³²

³⁰Kadek Agus Suarmawan “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usahamikro dan kecil (Studi pada usaha kerajinan ingka di Desa Bulian Kecamatan Kubutambahan) Jurnal Vol.5, No.1, thn.2015 h.2-3.

³¹Lies Indriyatni “Analisis factor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (Studi pada usaha kecil di Semarang Barat)” Jurnal STIE Semarang Vol.5 No.1 Ed.Februari 2013.

³²Wiji Rosiana dan Ida Ayu Nyoman Saskara “Faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran rumah tangga pekerja wanita yang bekerja di industry laundry rumah tangga di kecamatan Denpasar Selatan” ISSN: 2337-3067 E-Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.

2. Usaha bisa tetap bertahan

Sebuah start-up bisnis setidaknya harus mengerjakan 5 siklus paling strategis agar bisnis itu bisa bertahan dan tumbuh secepatnya. Siklus ini bisa diterapkan dalam bisnis apapun, mulai dari sektor industri, perdagangan, sampai jasa:

a. Dapatkan pembeli baru bagi bisnis

Yang harus dikerjakan untuk membuat bisnis tetap bisa bertahan hidup adalah dengan menjaring pembeli baru sebanyak-banyaknya bagi produk yang ditawarkan. Tetapi jika tidak bisa membuat pembeli itu menjadi pelanggan, bisnis selamanya akan berhadapan dengan ketidakpastian pemasukan dan kerja keras tanpa henti untuk kembali membujuk pembeli baru lainnya. Hal ini tentu bukan rutinitas yang diharapkan dalam bisnis.

b. Ubah mereka menjadi pelanggan bagi bisnis

Yang harus dilakukan sebagai pemilik bisnis adalah membuat pembeli menjadi pelanggan tetap.

c. Buat mereka belanja lebih sering lagi

Begitu seorang pembeli sudah berhasil menjadi pelanggan tetap, perusahaan harus membuatnya membeli lebih sering. Semakin sering ia mendatangi usaha untuk berbelanja, semakin sering ia membuat budget bisnis bertambah.

d. Buat mereka belanja lebih banyak

Membuat pelanggan tersebut membeli lebih banyak lagi, sehingga usaha yang dijalankan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Semakin besar mereka berbelanja, semakin besar keuntungan yang didapatkan dari transaksi mereka.

e. Dapatkan referral dari mereka

Membuat pelanggan setia dengan sukarela merekomendasikan bisnis yang dijalankan kepada semua kenalannya.³³

3. Kesejahteraan keluarga terjamin

Kesejahteraan merupakan suatu hal yang bersifat subjektif sehingga setiap orang mempunyai pandangan hidup, tujuan hidup, dan cara hidup berbeda-beda.³⁴Ferguson, Horwood, dan Beutrais dalam jurnal Harien Puspitawati menyatakan bahwa kesejahteraan keluarga dapat dibedakan ke dalam kesejahteraan ekonomi dan kesejahteraan material. Kesejahteraan ekonomi keluarga, diukur dalam pemenuhan akan input keluarga (pendapatan, upah, aset, dan pengeluaran), sementara kesejahteraan material dapat diukur dari berbagai bentuk barang dan jasa yang diakses oleh keluarga. Maslow menggambarkan rumusan tentang kebutuhan yang hirarki dalam bentuk segitiga, dimana kebutuhan yang ada diatas akan terpenuhi setelah kebutuhan di bawahnya terpenuhi. Tingkatan paling bawah dalam hirarki dalam kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisik yang menyangkut kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, dan papan. Kemudian berturut-turut adalah kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, dan kebutuhan penghargaan atas diri.³⁵

³³Laksita Utama Suhud *Start-Up Business Wizards* (Ed.I-Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 009) h.132-133.

³⁴Raden Ahmad Romadhoni Surya Putra, et.al., “Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Peternak: Studi Kasus Pada Kelompok Peternak Ayam Kampung Ngudi Mulyo, Gunungkidul” Vol.41 No.3 thn.2017 h.350.

³⁵Harien Puspitawati “Ketahanan dan Kesejahteraan keluarga” Departemen Ilmu Keluarga Institut Pertanian Bogor, 2013

4. Kesejahteraan karyawan terpenuhi

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab akan masa depan karyawan, perusahaan tersebut harus memperhatikan kesejahteraan karyawan yang terjamin, mengingat masa depan adalah tumpuan setiap orang.³⁶

Kesejahteraan karyawan merupakan salah satu bentuk kompensasi yang diberikan perusahaan guna menciptakan ketenangan dan kenyamanan karyawan dalam bekerja. Kesejahteraan yang diberikan bertujuan untuk memelihara karyawan, baik dari segi rohani maupun jasmani, guna mempertahankan kinerja dan sikap kerja yang baik dalam bekerja. Disamping itu, kesejahteraan merupakan balas jasa lengkap (materi dan non-materi) yang diberikan oleh pihak perusahaan berdasarkan kebijakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuannya, mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar nyaman dan tenang dalam bekerja, sehingga diharapkan agar produktivitasnya meningkat. Kesejahteraan yang diberikan oleh perusahaan hendaknya bermanfaat dan dapat mendorong karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat serta tidak melanggar peraturan legal pemerintah.³⁷

³⁶Budi W. Soetjipto *Kisah Sukses Para Kampiun SDM* (Jakarta: Salemba Empat, 2008) h.59-60.

³⁷Aria Mulyapradana dan Muhammad Hatta *Jadi Karyawan Kaya* (Jakarta : Visimedia, 2016) h.65

5. Dapat berkembang

Pengembangan usaha pada suatu industri sangatlah diharuskan apabila industri tersebut ingin berkembang menjadi lebih besar. Usaha yang berkembang akan memberikan daya saing tersendiri sehingga usaha lain yang sejenis akan merasa tersaingi dan tidak akan timbul monopoli produk. Dengan persaingan tersebut maka bisa menghidupkan dunia usaha yang akhirnya sirkulasi ekonomi dan keuangan di masyarakat akan lebih baik dan daya beli masyarakat akan meningkat. Menurut Carol Noore proses perkembangan usaha atau bisnis diawali dengan adanya inovasi.³⁸

Wirausahawan yang sukses menurut Timmons dan McClelland yang ditulis dalam buku Suryana memiliki karakteristik sebagai berikut:³⁹

1. Komitmen dan tekad yang kuat, yaitu memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencurahkan semua perhatian terhadap usaha. Sikap yang setengah hati mengakibatkan besarnya kemungkinan untuk gagal dalam berwirausaha.
2. Bertanggung jawab, yaitu memiliki rasa tanggung jawab dalam mengendalikan sumber daya yang digunakan dan keberhasilan berwirausaha, oleh karena itu wirausaha akan wawas diri secara internal.
3. Berobsesi untuk mencari peluang, yaitu berambisi untuk selalu mencari peluang. Keberhasilan wirausahawan selalu diukur dengan keberhasilan untuk mencapai tujuan. Pencapaian tujuan terjadi apabila terdapat peluang.

³⁸Suryana *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Ed.4-Jakarta: Salemba Empat, 2017) h.101

³⁹Suryana *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* h.27-29

4. Toleransi terhadap resiko dan ketidakpastian, yaitu wirausahawan harus belajar mengelola resiko dengan cara mentransfernya kepada pihak lain. Wirausahawan yang berhasil biasanya memiliki toleransi terhadap pandangan yang berbeda dan ketidakpastian.
5. Percaya diri, yaitu wirausahawan cenderung optimis dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk berhasil.
6. Kreatif dan fleksibel, yaitu berdaya cipta dan luwes. Salah satu kunci penting adalah kemampuan untuk menghadapi perubahan permintaan. Kekakuan dalam menghadapi perubahan ekonomi dunia yang serba cepat sering kali membawa kegagalan. Kemampuan untuk menanggapi perubahan yang cepat dan fleksibel tentu saja memerlukan kreativitas yang tinggi.
7. Selalu menginginkan umpan balik yang segera. Wirausahawan selalu ingin mengetahui hasil dari apa yang dikerjakannya. Oleh karena itu, dalam memperbaiki kinerjanya, wirausahawan selalu memiliki kemauan untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang telah dimilikinya dan belajar dari kegagalan.
8. Memiliki tingkat energy yang tinggi. Wirausahawan yang berhasil biasanya memiliki daya juang yang lebih tinggi dibanding kebanyakan orang sehingga ia lebih suka bekerja keras walaupun dalam waktu yang relative lama.
9. Dorongan untuk selalu unggul. Wirausahawan selalu ingin lebih unggul dan berhasil dalam mengerjakan apa yang dilakukannya dengan melebihi dari

standar yang ada, tidak mengerjakan sesuatu sama dengan standar yang ada.

Motivasi ini muncul dari dalam diri (internal) dan jarang dari factor eksternal.

10. Berorientasi ke masa depan. Untuk tumbuh dan berkembang wirausahawan selalu berpandang jauh ke masa depan yang lebih baik.
11. Selalu belajar dari kegagalan. Wirausahawan yang berhasil tidak pernah takut akan kegagalan. Ia selalu memfokuskan kemampuannya pada keberhasilan.
12. Memiliki kemampuan dalam kepemimpinan. Wirausahawan yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan serta harus memiliki taktik mediator dan negosiator daripada dictator.

Keberhasilan seorang wirausaha ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:⁴⁰

1. Kemampuan dan kemauan

Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras

Orang yang tidak memiliki tekad tetapi mau bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

3. Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan.

⁴⁰Suryana *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Ed.4-Jakarta: Salemba Empat, 2017) h.108-109.

Selain dari faktor keberhasilan wirausaha ada juga sebab kegagalan bisnis yaitu.⁴¹

1. Ketidakmampuan Manajemen

Dalam kebanyakan perusahaan kecil, manajemen yang buruk menjadi penyebab utama kegagalan bisnis. Terkadang manajer perusahaan kecil tidak memiliki kemampuan untuk menjalankannya dengan baik.

2. Kurang Pengalaman

Manajer-manajer perusahaan kecil perlu memiliki pengalaman dalam bidang yang ingin dimasukinya. Calon wirausahawan harus memiliki kemampuan teknis yang memadai; kekuatan untuk memvisualisasikan, mengoordinasi, dan mengintegrasikan berbagai operasi usaha ke dalam sebuah sinergi yang utuh; serta kemampuan untuk mengelola orang-orang di dalam perusahaannya dan memotivasi mereka untuk mencapai kinerja pada tingkat yang lebih tinggi.

3. Pengendalian Keuangan yang Buruk

Manajemen yang sehat adalah kunci keberhasilan perusahaan kecil, dan manajer yang efektif menyadari bahwa semua keberhasilan bisnis memerlukan kendali keuangan yang layak. Keberhasilan bisnis juga memerlukan modal yang cukup pada saat awalnya. Kurangnya modal merupakan penyebab umum

⁴¹Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Ed.5-Jakarta: Salemba Empat, 2008).

kegagalan bisnis karena perusahaan kekurangan modal sebelum mereka mampu menghasilkan arus kas yang positif.

4. Lemahnya Usaha Pemasaran

Membangun basis pelanggan yang terus berkembang memerlukan usaha pemasaran tanpa kenal lelah dan kreatif. Mempertahankan agar mereka terus kembali diperlukan usaha, yaitu dengan menyediakan nilai, kualitas, kenyamanan pelayanan, kegembiraan dan melakukannya dengan segera.

5. Kegagalan Mengembangkan Perencanaan Strategis

Terlalu banyak manajer perusahaan kecil mengabaikan proses perencanaan strategis, karena mengira hal tersebut hanya bermanfaat bagi perusahaan besar. Tanpa strategi yang ditentukan dengan jelas, perusahaan tidak memiliki dasar yang berkesinambungan untuk menciptakan dan memelihara keunggulan bersaing di pasar. Membangun perencanaan strategis memaksa wirausahaan untuk menilai secara realistis potensi bisnis yang direncanakan.

6. Pertumbuhan yang Tak Terkendali

Pertumbuhan merupakan sesuatu yang alamiah, sehat, dan didambakan oleh semua perusahaan, tetapi pertumbuhan haruslah terencana dan terkendali. Pakar manajemen Peter Drucker menyatakan bahwa perusahaan yang baru berdiri dapat diperkirakan mengalami pertumbuhan terlalu pesat dibandingkan dengan basis modal mereka apabila penjualan meningkat 40 sampai 50 persen.

7. Lokasi yang Buruk

Pemilihan lokasi yang tepat merupakan seni dan juga ilmu. Lokasi perusahaan seringkali dipilih tanpa penelitian, pengamatan, dan perencanaan yang layak. Beberapa pemilik bisnis baru memilih lokasi hanya karena ada tempat kosong.

8. Pengendalian Persediaan yang Tidak Tepat

Tingkat persediaan yang tidak mencukupi akan mengakibatkan kekurangan dan kehabisan stok, mengakibatkan pelanggan kecewa dan pergi. Yang sering terjadi adalah bahwa manajer tidak hanya memiliki persediaan dalam jumlah yang berlebih, tetapi juga mempunyai terlalu banyak persediaan yang salah jenis.

9. Penetapan Harga yang Tidak Tepat

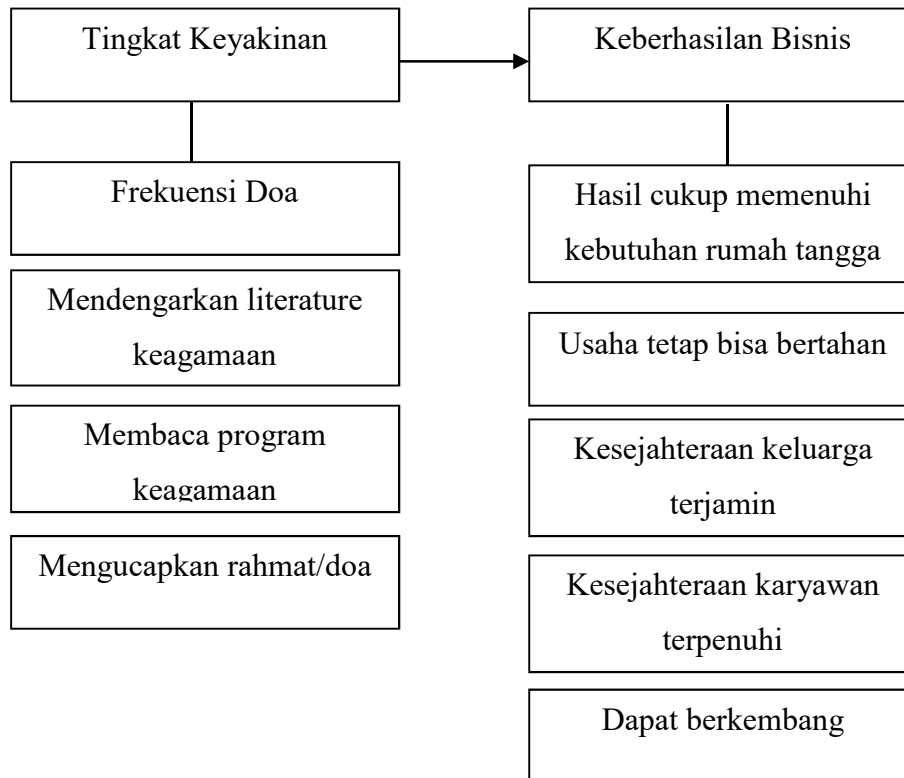
Menetapkan harga yang akan menghasilkan laba berarti bahwa pemilik perusahaan harus memahami besarnya biaya untuk membuat, memasarkan, serta mendistribusikan produk dan jasa mereka.

10. Ketidakmampuan Membuat “*Transisi Kewirausahaan*”

Kemampuan-kemampuan yang tadinya membuat wirausahawan berhasil seringkali mengakibatkan ketidakefektifan manajerial. Pertumbuhan mengharuskan wirausahawan untuk mendelegasikan wewenang dan melepaskan kegiatan pengendalian sehari-hari hal yang tidak mampu dilakukan oleh banyak wirausahawan. Pertumbuhan mendorong mereka kedalam wilayah yang tidak dikuasai oleh kebanyakan wirausahaawan, tetapi mereka lebih

memilih untuk terus berusaha mengambil keputusan daripada harus melibatkan pihak lain.

3. Kerangka Pikir



4. Hipotesis

Pada dasarnya hipotesis merupakan pernyataan tentang sesuatu yang untuk sementara waktu dianggap benar. Secara kuantitatif, hipotesis merupakan pernyataan tentang nilai suatu parameter yang untuk sementara waktu dianggap benar. Dikaitkan dengan suatu penelitian, hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang umumnya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan

jawaban sementara karena masih didasarkan pada teori atau anggapan atau pengalaman atau logika.⁴²

Ha : Ada hubungan yang signifikan antara tingkat keyakinan masyarakat terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap

Ho : Tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat keyakinan masyarakat terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap

⁴²J. Supranto, "*Metode Penelitian Hukum Dan Statistik*", (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003), h. 198-199

BAB III

Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasi, karena penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antara kedua variabel. Dalam penelitian ini korelasi antara dua variabel yakni keyakinan masyarakat dan keberhasilan bisnis.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Penulis memilih meneliti di lokasi ini karena penulis ingin mengetahui tentang Korelasi Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen dengan Keberhasilan Bisnis di Masyarakat (Studi Kasus di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap). Dan alasan lainnya karena di tempat ini sebagian besar masyarakatnya masih memegang teguh keyakinan mengenai ritual-ritual sesajen.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah keberlasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴³ Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjalankan usaha bisnis di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Sedangkan sampel adalah bagian dari

⁴³Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2008), h.115.

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Non-Probability Sampling, dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel. Karena jumlah sampel tidak diketahui maka dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus atau teknik Isaac Michael yaitu⁴⁴:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Berdasarkan rumus di atas dapat dihitung jumlahnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2} \\ n &= \frac{(1,64)^2 0,3 \cdot 0,7}{(0,1)^2} \\ &= \frac{2,6896 \cdot 0,21}{0,01} \\ &= 56,48/57 \text{ orang} \end{aligned}$$

Dimana:

n = sampel

p = proporsi populasi 0,3

q = 1-p

⁴⁴Syofian Siregar, *Statistik Paraetrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Cet.II; Jakarta: PT. Bui Aksara, 2014), h.62.

Z = signifikan 90% / tingkat kepercayaan

e = margin of error 10%

Dari perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 57 orang. Untuk memudahkan penelitian, maka peneliti mengambil sampel sebesar 60 responden.

D. Sumber Data

Menurut Singarimbun & Effendi yang ditulis dalam buku Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, sumber data adalah obyek dari mana data diperoleh. Sumber data diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian dan sekaligus untuk menjamin keberhasilan. Bungin juga mendefinisikan sumber data sebagai bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian.⁴⁵ Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber utama baik individu ataupun perseorangan, seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁴⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi data primer yaitu masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

⁴⁵Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Peasaran Terpadu*, (Malang : UB Press, 2018) h.49.

⁴⁶Husen Umar, *metode Penelitian Untuk Strategi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 42.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, brosur, dan artikel yang didapat dari website yang berkaitan dengan penelitian.⁴⁷ Atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Adapun teknik yang dilakukan dalam proses pengumpulan data ini yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Survey

Survey menurut Singarimbun yang ditulis dalam blog Lilik Maryanto adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.⁴⁸ Adapun teknik survey yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara memberikan kuesioner/angket secara langsung kepada responden.

⁴⁷Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2005), h.119.

⁴⁸Lilik Maryanto, “*Pengertian, Jenis, Kegunaan, Tujuan Survey*” Blog Lilik Maryanto <https://lilikmaryanto.wordpress.com> (15 November 2018).

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang dijawabnya. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.⁴⁹

Dalam penelitian ini, angket diberikan kepada sampel penelitian, yaitu kepada masyarakat yang berprofesi sebagai pengusaha di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana jawaban telah disediakan sehingga responden hanya tinggal memilih. Dengan angket ini diharapkan peneliti dapat menggali banyak informasi secara langsung dengan masalah penelitian yang menjadi focus utama dalam penelitian ini. Skala yang digunakan dalam angket ini adalah skala likert.

F. Instrumen Penelitian

Butir-butir instrument angket yang disajikan dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang dinyatakan dalam lima respon alternatif jawaban yaitu: (SS) sangat setuju, (S) setuju, (RR) ragu-ragu, (TS) tidak setuju, dan (STS) sangat tidak setuju. Pemberian bobot terhadap pernyataan positif dimulai dari 5, 4, 3, 2, 1 sedangkan pernyataan negatif pemberian bobot dimulai dari 1, 2, 3, 4, 5.

⁴⁹Sugiyono, *etode Penelitian Kauntitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2014) h.142

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Skala
Keyakinan (X)	Keyakinan terdiri dari 2 indikator yaitu: 1. Frekuensi Doa 2. Mendengarkan literature keagamaan 3. Membaca program keagamaan 4. Mengucapkan rahmat/doa	1 2 3 4	Skala Likert
Keberhasilan bisnis (Y)	Keberhasilan usaha terdiri dari 5 indikator yaitu: 1. Hasil cukup memenuhi kebutuhan rumah tangga 2. Usaha bisa tetap bertahan 3. Kesejahteraan keluarga terjamin 4. Kesejahteraan karyawan terpenuhi 5. Dapat berkembang	1 2 dan 3 4 5 dan 6 7 dan 8	Skala Likert

c. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah Uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Dalam sebuah penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur atau mengukur apa yang diinginkan dengan tepat. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian menggunakan dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. kriteria pengujian sebagai berikut

Berdasarkan tabel diatas uji validitas dengan program SPSS 22 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total* dari total 8 item pada variabel keyakinan dinyatakan valid karena setiap pernyataan lebih besar dari 0,361.

Tabel 3.2

Uji Validitas Variabel Keberhasilan Bisnis (Y)

No	Item	Corrected Item Total	Ttabel	KET
1	Item Y.1	,724	0,361	Valid
2	Item Y.2	,754	0,361	Valid
3	Item Y.3	,552	0,361	Valid
4	Item Y.4	,699	0,361	Valid
5	Item Y.5	,774	0,361	Valid

6	Item Y.6	,696	0,361	Valid
7	Item Y.7	,580	0,361	Valid
8	Item Y.8	,686	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.3 uji validitas dengan program SPSS 22 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total* dari total 8 item pada variabel keberhasilan bisnis dinyatakan valid karena setiap pernyataan lebih besar dari 0,361.

2. Uji Relibilitas

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dihasilkan lebih besar dari 0.60 ($> 0,60$) atau 60%

Tabel 3.3

Uji Realibilitas Variabel Keberhasilan Bisnis (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dilihat bahwa semua sampel sebanyak 30 telah diolah dan teruji valid 100%

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	9

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel reability statistic pada kolom *Cronbach's Alpha* dinyatakan tingkat reabilitas tinggi atau konsisten karena $\alpha > r$ tabel yaitu $0,726 > 0,361$ untuk keseluruhan variabel keberhasilan bisnis (Y) dengan item pernyataan 8 poin.

Kategori koefisien reabilitas adalah sebagai berikut:

0,80-1,00 : Reabilitas sangat tinggi

0,60-0,80 : Reabilitas tinggi

0,40-0,60 : Reabilitas sedang

0,20-0,40 : Reabilitas rendah

G. Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh, sehingga dapat mudah dipahami. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif deskriptif.

1. Statistic deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistic deskriptif ini memberikan gambaran alami data sampel dari variable penelitian, yaitu berupa mean, median, modus, standar deviasi, range minimum, range maksimum, dan analisis persentase.

Pemberian skor berkaitan dengan penskalaan, yang mana penskalaan merupakan proses penentuan letak kategori respon pada suatu kontinum psikologis. Selain itu proses penskalaan memusatkan perhatian pada karakteristik angka-angka yang merupakan nilai skala. Skor pada skala psikologi yang ditentukan melalui prosedur penskalaan akan menghasilkan angka-angka pada level pengukuran.⁵⁰

$\text{Skor terendah} \leq X < \mu - 1,5(o)$	Kategori Sangat Rendah
$\mu - 1,5(o) \leq X < \mu - 0,5(o)$	Kategori Rendah
$\mu - 0,5(o) \leq X < \mu + 0,5(o)$	Kategori Sedang
$\mu + 0,5(o) \leq X < \mu + 1,5(o)$	Kategori Tinggi
$\mu + 1,5(o) \leq X \leq \text{Skor Tertinggi}$	Kategori Sangat Tinggi

Variabel tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis berdasarkan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala likert dan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.4

Pengkategorian Variabel Tingkat Keyakinan

No	Interval	Keterangan
1	$TK < 8,01$	Sangat Tidak Yakin
2	$8,01 \leq TK < 10,67$	Tidak Yakin
3	$10,67 \leq TK < 13,33$	Cukup Yakin
4	$13,33 \leq TK < 15,99$	Yakin

⁵⁰ Saefuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, 2nd ed. (Yogyakarta: Pustaka Belaja, 2013) h. 148.

5	$TK \leq 15,99$	Sangat Yakin
---	-----------------	--------------

Tabel 3.7

Pengkategorian Variabel Keberhasilan Bisnis

No	Interval	Keterangan
1	$KB < 16,05$	Sangat Tidak Berhasil
2	$16,05 \leq KB < 21,35$	Tidak Berhasil
3	$21,35 \leq KB < 26,65$	Cukup Berhasil
4	$26,65 \leq KB < 31,95$	Berhasil
5	$KB \leq 31,95$	Sangat Berhasil

2. Statistika inferensial dimaksud untuk analisis dan validasi model yang diusulkan serta pengujian hipotesis
3. Analisis Tabulasi Silang

Tabulasi silang merupakan metode analisis kategori yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi diantaranya. Dalam penelitian ini menggunakan data nominal dengan menggunakan metode tabel kontigensi. Prosedur tabulasi silang digunakan untuk menghitung banyaknya kasus yang mempunyai kombinasi nilai-nilai yang berbeda dari dua variabel adapun dalam penelitian ini ingin diketahui hubungan antara tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis pada masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengnga Kabupaten Sidrap.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Chi-Square. Uji ini berguna untuk mengetahui hubungan tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ha : Ada hubungan yang signifikan antara tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap

Ho : Tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

BAB IV

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Sejarah Singkat Sesajen

Sesajen di Kabupaten Sidrap sudah ada sejak laama yaitu sejak zaman nenek moyang dan turun temurun. Salah satunya yaitu P.Mansora pada tahun 1327(tertulis di batu nisan). P.Mansora adalah seorang manusia biasa yang diangkat menjadi seorang Raja yang diberikan kekuasaan oleh Allah SWT, di kampung Kalola.P.Mansora sangat disegani dan ditakuti di kampung itu P.Mansora juga dikenal sangat baik dan ramah kepada masyarakat tapi dibalik kebbaikannya dan keramahannya terhadap masyarakat dia juga sering menyabung ayam antara kerajaan, dan pada suatu hari dia nyabung ayam bersama Raja Paria dia dikalah dan ayam yang dia pakai namanya ayam koro dan sebelum dia meninggal dia berpesan kepada anak dan cucunya bahwa jangan sekali-kali memelihara dan menyembelih ayam koro kalau bisa ayam koro tidak boleh melewati bawah rumah. Pada saat P.Mansora meninggal batu nisannya dibuat tinggi bahkan dibuat seperti rumah untuk menghargai dan menghormati seperti pada saat dia masih hidup, dan kuburannya dinamakan seperti nenek moyang mereka sampai sekarang untuk meminta rezeki, keberhasilan, jodoh dan lain-lain dengan imbalan setelah permintaannya terpenuhi mereka akan kembali menyembelih ayam, kambing, dan sapi tetapi kebanyakan dari mereka menyembelih ayam dan kambing. Sampai sekarang banyak yang percaya pada P.Mansora bahkan tempatnya bertambah bagus.Sama halnya dengan Bunga Rateng

dan Petta Palloro bermula dari manusia biasa diangkat menjadi seorang Raja karena diberikan kekuasaan oleh Allah SWT itulah yang diyakini oleh anak cucunya.⁵¹

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diukur dengan skala interval yang menunjukkan besarnya frekuensi absolute dan persentase jenis kelamin, umur responden , pendidikan terakhir responden. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengusaha Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Kuesioner disebar dengan harapan dapat diisi berdasarkan pengusaha, sehingga akan menghasilkan suatu penelitian yang *balance* (seimbang).

Pada karakteristik responden, terdapat 60 responden yang terdiri dari para pengusaha Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Data mengenai karakteristik responden ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	21
Perempuan	39
Jumlah	60

Sumber: Data angket pene,itian, 2019

Dari tabel 4.1 diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 21 responden dan yang berjenis kelamin

⁵¹ Salah satu masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap

perempuan sebanyak 39 responden. Dengan demikian mayoritas jenis kelamin responden dalam penelitian ini yaitu perempuan.

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan Agama

Agama	Jumlah
Islam	60
Jumlah	60

Sumber: Data angket penelitian, 2019

Dari tabel 4.2 dapat diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian yang beragama Islam sebanyak 60 responden. Dengan demikian semua responden dalam penelitian beragama Islam.

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
20-25 tahun	13
26-30 tahun	10
31-35 tahun	8
36-40 tahun	13
>40 tahun	16
Total	60

Dari tabel 4.3 dapat diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian yang berusia 20-25 tahun berjumlah 13 responden, yang berusia 26-30 tahun berjumlah 10responden, 31-35 tahun berjumlah 8 responden, 36-40 tahun berjumlah 13 responden, dan >40 tahun sebanyak 16 responden. Dengan demikian mayoritas usiaresponden dalam penelitian ini yaitu >40 tahun.

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah
SD	13
SMP	17
SMA	24
DIII	1
S1	3
Total	60

Sumber: Data angket penelitian 2019

Dari tabel 4.4 dapat diidentifikasikan bahwa responden berdasarkan tingkat pendidikan pada penelitian ini SD berjumlah 13 responden, SMP berjumlah 17 responden, SMA berjumlah 24 responden, DIII berjumlah 1 responden, dan S1 berjumlah 3 responden. Hal ini menunjukkan mayoritas pendidikan responden dalam penelitian yaitu SMA.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan 8 item pernyataan untuk variabel Tingkat Keyakinan dan 8 item pernyataan untuk variabel Keberhasilan Bisnis. Hasil deskripsi variable penelitian akan dideskripsikan pada table berikut ini:

Tabel 4.5

Deskripsi Responden Variabel Tingkat Keyakinan (X)

Item	Skor					Jumlah
	SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	STS (1)	
Sering berdoa secara pribadi di tempat-tempat selain di masjid dan gereja	1	4	0	30	25	60
Sering menonton atau mendengarkan program keagamaan di TV atau radio	0	4	4	36	16	60
Sering membaca Alkitab atau literature agama lainnya	0	11	17	26	6	60
Sering berdoa atau mengucapkan rahmat sebelum atau sesudah makan di rumah	7	45	3	4	1	60

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 4.6
Deskripsi Responden Variabel Keberhasilan Bisnis (Y)

Item	Skor					Jumlah
	SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	STS (1)	
Perencanaan produksi dan evaluasi hasil produksi sangat penting dilakukan dalam meningkatkan kinerja usaha agar mampu memenuhi kebutuhan rumah tangga	8	38	10	4	0	60
Memiliki profit yang cukup banyak jika dilihat dari pengeluaran dan pemasukan	1	26	27	6	0	60
Adanya pinjaman modal usaha tertentu bisa membantu untuk melakukan re-stock produk secara rutin, sehingga tidak ada lagi kata stock yang habis	4	24	15	16	1	60
Kesejahteraan keluarga dapat meningkat apabila saya mengambil keputusan dengan tepat	8	28	17	6	1	60

Saya merasa apabila individu selalu tepat waktu dalam bekerja, maka kinerja usaha dapat meningkat dan kesejahteraan karyawan dapat terpenuhi	1	15	8	33	3	60
Pemberian bonus dan gaji yang diberikan sangat memadai dan bisa membantu karyawan memenuhi kebutuhannya	3	10	10	34	3	60
Volume penjuala meningkat dan biaya distribusi menurun	2	30	18	10	0	60
Memiliki perencanaan yang matang agar bisa bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan bisnis	7	51	2	0	0	60

Sumber : Data yang diolah, 2019

2. Hasil Deskripsi Variabel

Hasil deskripsi variabel penelitian akan dideskripsikan pada tabel berikut ini:

a. Variable Tingkat Keyakinan

Berdasarkan kriteria pengkategorian pada Bab III, maka diperoleh distribusi frekuensi skor.

Tabel 4.7

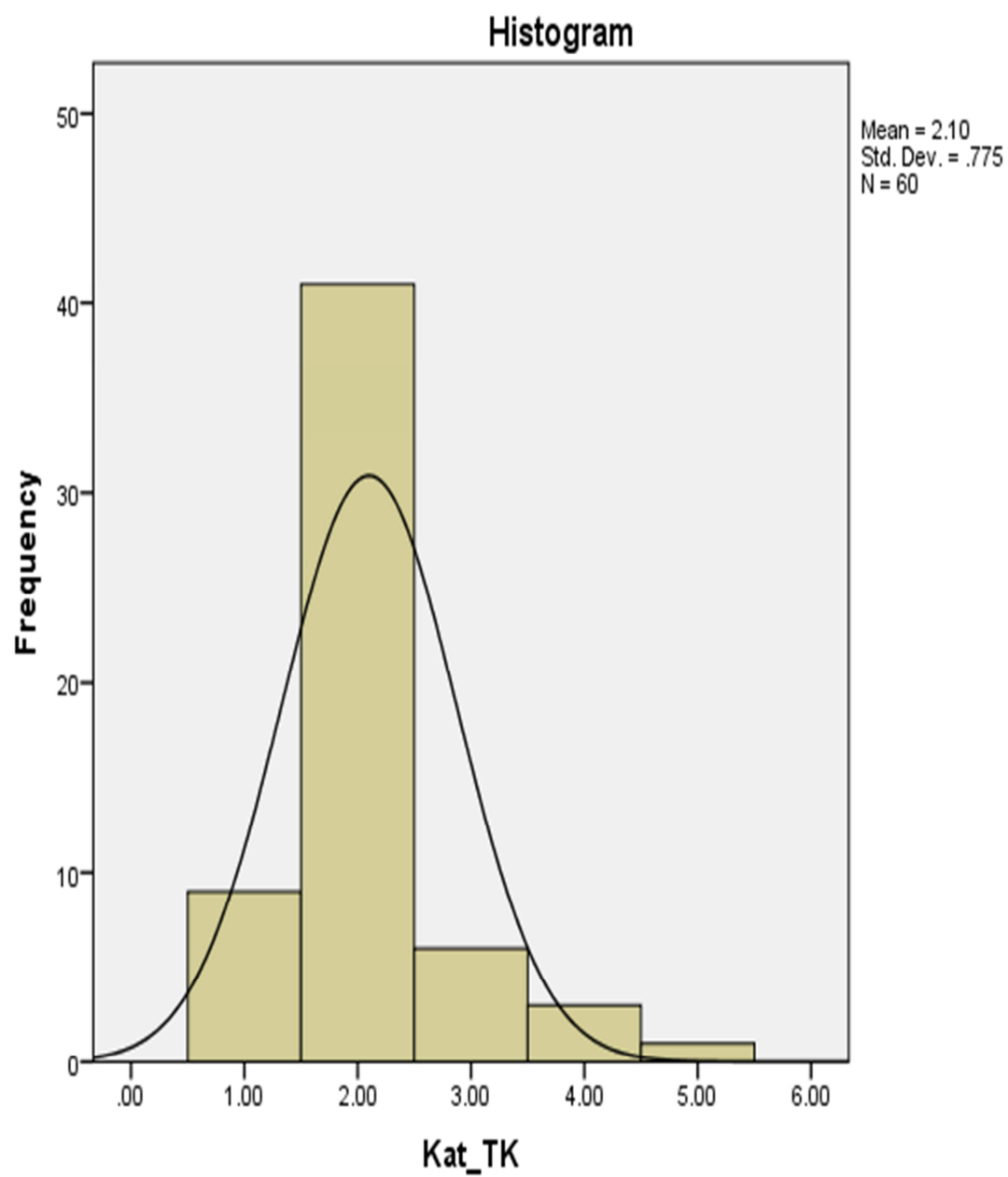
**Distribusi Skor Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen di Masyarakat
Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap**

No	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$TK < 8,1$	9	15,0	Sangat Tidak Yakin
2	$8,1 \leq TK < 10,7$	41	68,3	Tidak Yakin
3	$10,7 \leq TK < 13,3$	6	10,0	Cukup Yakin
4	$13,3 \leq TK < 15,9$	3	5,0	Yakin
5	$TK \geq 15,9$	1	1,7	Sangat Yakin
Jumlah		60	100,0	

Mean	Std. Deviasi	Variansi	Minimum	Maksimum
2,10	0,775	0,600	1,00	5,00

Pada table 4.5 menunjukkan bahwa rata-rata skor tingkat keyakinan masyarakat tentang sesajen 2,10 dari skor ideal 15,9 yang berarti tingkat keyakinan masyarakat tersebut berada dalam kategori sangat tidak yakin.

Pada table 4.5 diatas juga diketahui bahwa 9 orang berada pada kategori sangat tidak yakin, 41 orang berada pada kategori tidak yakin, 6 orang berada pada kategori cukup yakin, 3 orang berada pada kategori yakin dan 1 orang berada pada kategori sangat yakin.



Gambar 4.1 Histogram Pengkategorian Tingkat Keyakinan

b. Variable Keberhasilan Bisnis

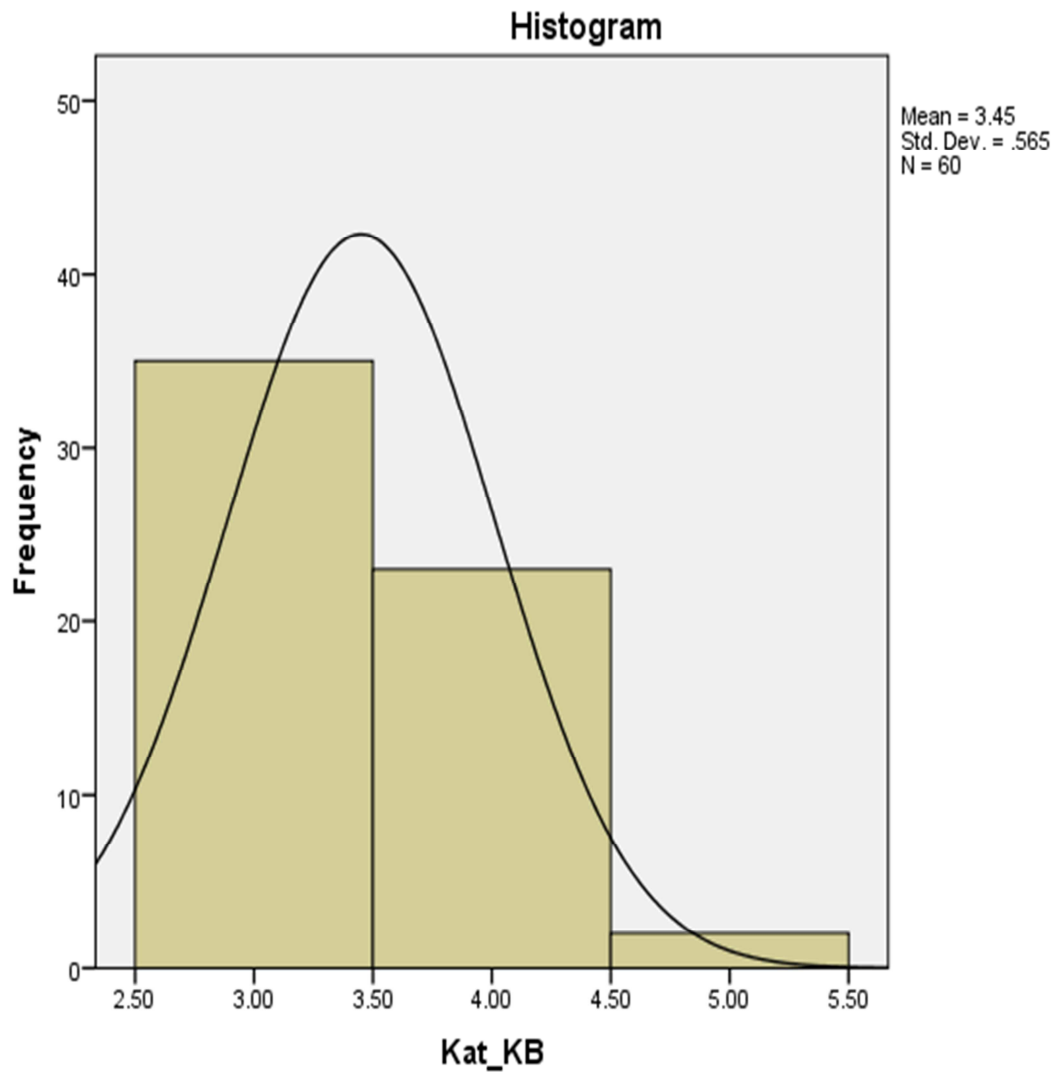
Table 4.8

**Distribusi Skor Keberhasilan Bisnis Pada Masyarakat Kelurahan Wala
Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap**

No	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1	$KB < 16,05$	0	0	Sangat Tidak Berhasil
2	$16,05 \leq KB < 21,35$	0	0	Tidak Berhasil
3	$21,35 \leq KB < 26,65$	35	58,3	Cukup Berhasil
4	$26,65 \leq KB < 31,95$	23	38,3	Berhasil
5	$KB \geq 31,95$	2	3,3	Sangat Berhasil
Jumlah		60	100,0	
Mean	Std. Deviasi	Variansi	Minimum	Maksimum
3,45	0,565	0,319	3,00	5,00

Pada table 4.6 menunjukkan bahwa rata-rata skor keberhasilan bisnis yaitu 31,95 dari skor ideal 3,45 yang berarti keberhasilan bisnis pada masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap berada pada kategori Sangat Tidak Berhasil.

Pada table 4.6 diatas juga dapat diketahui bahwa 35 orang berada pada kategori cukup berhasil, 23 orang berada pada kategori berhasil dan 2 orang berada pada kategori sangat berhasil.



Gambar 4.2 Histogram Pengkategorian Keberhasilan Bisnis

3. Analisis Gabungan Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen Dengan Keberhasilan Bisnis

Tabel 4.9

Hasil Crosstabulation Gabungan Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen Dengan Keberhasilan Bisnis

Kat_TK * Kat_KB Crosstabulation

Count		Kat_KB			Total
		cukup berhasil	berhasil	sangat berhasil	
Kat_TK	sangat tidak yakin	5	4	0	9
	tidak yakin	26	13	2	41
	cukup yakin	4	2	0	6
	Yakin	0	3	0	3
	sangat yakin	0	1	0	1
Total		35	23	2	60

4. Pengujian Hipotesis Chi-Square

Hipotesis sebagai kesimpulan sementara dalam sebuah penelitian. Sebelum kita masuk pada bagian pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan dasar pengambilan keputusan yang dijadikan acuan dalam uji chi-square:

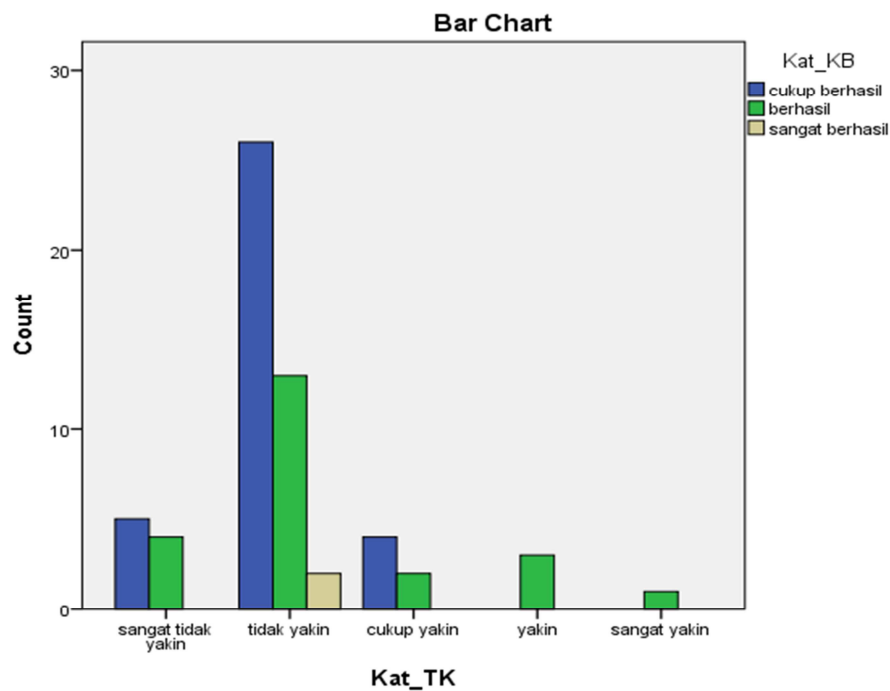
- Jika nilai signifikan atau aysmp. Sig. (2-sided) lebih kecil dari probabilitas 0,05 maka hipotesis atau H_0 diterima.
- Jika nilai signifikan atau aysmp. Sig. (2-sided) lebih besar dari probabilitas 0,05 maka hipotesis atau H_1 ditolak.

Berdasarkan hasil dari uji chi-square dengan menggunakan SPSS Versi 22 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Chi-Square Tests

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.089 ^a	8	.425
Likelihood Ratio	9.808	8	.279
Linear-by-Linear Association	1.635	1	.201
N of Valid Cases	60		

a. 12 cells (80.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.



Gambar 4.1
Diagram Batang Gabungan Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen dengan Keberhasilan Bisnis di Masyarakat

5. Pembahasan

a. Berdasarkan Deskriptif Variabel Tingkat keyakinan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif responden pada variabel tingkat keyakinan terdapat 60 responden yang memberikan pernyataan bahwa item X.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 1 responden, yang menjawab setuju sebanyak 4 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 0 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 30 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 25 responden. Untuk item X.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 4 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 4 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 36 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 16 responden. Untuk item X.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 0 responden, yang menjawab setuju sebanyak 11 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 17 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 26 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 responden. Untuk item X.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 responden, yang menjawab setuju sebanyak 45 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 responden, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden.

b. Berdasarkan Deskriptif Variabel Keberhasilan Bisnis

Berdasarkan hasil analisis deskriptif responden pada variabel keberhasilan bisnis terdapat 60 responden yang memberikan pernyataan bahwa item Y.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 responden, yang menjawab setuju sebanyak 38

responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 10 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Untuk item Y.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 1 responden, yang menjawab setuju sebanyak 26 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 27 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Untuk item Y.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 responden, yang menjawab setuju sebanyak 24 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 15 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 16 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Untuk item Y.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 responden, yang menjawab setuju sebanyak 28 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 17 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Untuk item Y.5 yang menjawab sangat setuju sebanyak 1 responden, yang menjawab setuju sebanyak 15 responden, yang menjawab, ragu-ragu sebanyak 8 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 33 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Untuk item Y.6 yang menjawab sangat setuju sebanyak 3 responden, yang menjawab setuju sebanyak 10 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 10 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 34 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Untuk item Y.7 yang menjawab sangat setuju sebanyak 2 responden, yang menjawab setuju sebanyak 30 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 18 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 responden, dan yang menjawab

sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Untuk item Y.8 yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 responden, yang menjawab setuju sebanyak 51 responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

c. Hubungan tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis

1. Berdasarkan pengujian Crosstabulation

Berdasarkan hasil analisis crosstabulation menunjukkan bahwa total yang terdapat dalam tabel crosstabulation untuk tingkat keyakinan yaitu 9 responden yang sangat tidak yakin, 41 responden yang tidak yakin, 6 responden yang cukup yakin, 3 responden yang yakin, dan 1 responden yang sangat yakin. Sedangkan untuk keberhasilan bisnis yaitu 35 responden yang cukup berhasil, 23 responden yang berhasil, dan 2 responden yang sangat berhasil.

Berdasarkan hasil analisis crosstabulation juga menunjukkan bahwa 5 responden yang sangat tidak yakin dan cukup berhasil, 26 responden yang tidak yakin dan cukup berhasil, 4 responden yang cukup yakin dan cukup berhasil. 4 responden yang sangat tidak yakin dan berhasil, 13 responden yang tidak yakin dan berhasil, 2 responden yang cukup yakin dan berhasil, 3 responden yang yakin dan berhasil, 1 responden yang sangat yakin dan berhasil. Dan 2 responden yang tidak yakin dan sangat berhasil

2. Berdasarkan pengujian Chi-Square

Berdasarkan dari hasil analisis uji Chi-Square menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-sided) 0,425 lebih besar dari nilai probabilitas 0.05.oleh karena itu

sebagaimana dasar pengambilan keputusan uji Chi-Square bahwa H_a ditolak dan H_o diterima yang berarti bahwa tidak ada hubungan antara tingkat keyakinan sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park dalam bukunya *Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality* menuliskan bahwa kemajuan teknologi telah membawa layanan ibadah ke televisi. Meskipun ritual hadir dikedua pengaturan, itu jauh lebih berpengaruh dalam pelayanan ibadah. Bagi kebanyakan orang, bentuk pengabdian ini secara pribadi lebih nyata dan memuaskan dari pada menonton persentasi televisi. Bagi mereka persembahan TV dapat memberikan kontak yang sangat diinginkan dengan pengaturan dan kegiatan religioispiritual. Ini juga merupakan cara bagi pembicara ulama untuk menyampaikan khotbah yang mengiklankan diri mereka sendiri dan pelayanan mereka ditambah posisi konservatif secara religious dan politis.⁵²

Dalam penjelasan tradisional tentang ritual sebagai komunikasi yang fundamental, baik ibadah maupun doa dipandang sebagai mekanisme yang menjaga hubungan antara manusia dan dewa mereka. Memperlakukan ibadah dan doa sebagai adaptif, Pruyser dalam buku Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park menggambarkan hasil mereka sebagai memperkuat keberanian, mengangkat semangat,

⁵²Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park "Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality" (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 369-370

meningkatkan kepercayaan diri, menyegarkan penyembah, melepaskan ketegangan, memperbaiki sikap, meningkatkan moral dan sebagainya.⁵³

Menurut Endra K Prihadi Telah menjadi bagian kehidupan masyarakat yang mendarah daging untuk memberikan makanan atau makanan dikhusus makhluk halus (jin) “tuhan” atau berhala mereka yang menguasai daerah dimana manusia berada, Alasan budaya pemberian sesaji tetap bertahan adalah kepercayaan masyarakat bahwa makhluk halus dapat memberikan manfaat dan mudarat kepada mereka.⁵⁴

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ada beberapa masyarakat yang masih yakin terhadap sesajen. Beberapa masyarakat yang yakin terhadap sesajen mengemukakan bahwa ritual sesajen dilakukan karena ritual tersebut merupakan warisan turun temurun dari nenek moyang mereka sehingga masyarakat yang masih yakin mengenai hal tersebut masih melakukan ritual sesajen tersebut diantaranya: meletakkan makanan di bawah pohon besar (Bunga Rateng), Menenggelmakan makanan kedalam sumur (Petta Palloro), dan juga ada yang dilakukan di rumah yang biasa disebut dengan P.Mansora. Hal ini dilakukan setelah keinginan terpenuhi kelancaran sebuah bisnis, meminta sebuah kendaraan, dan lain-lain.

Bunga rateng merupakan salah satu tempat yang biasa didatangi oleh seseorang untuk meminta kelancaran sebuah bisnis, rezeki dan jodoh, dimana di Bunga Rateng

⁵³Raymond F. Paloutzian dan Crystal L. Park “*Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality*” (Amerika Serikat: The Guilford Press, 2005) h. 371

⁵⁴Endra K. Prihadhi, *Makhluk Halus dalam Fenomena Kemusyrikan* (Edisi 1-Jakarta: Salemba Diniyah, 2004), h.68.

ini memiliki 3 tempat yang digunakan untuk memberikan sesajian-sesajian diantaranya: 1) Pohon besar, ditempat inilah yang sering didatangi oleh mereka untuk meminta kelancaran sebuah bisnis atau rezeki dan setelah keinginannya terpenuhi barulah mereka melakukan ritual sesajen tersebut dengan membawa seekor kambing (jika itu yang diniatkan), sokko' (beras ketan hitam atau putih), pisang Raja yang menandakan seorang Raja, Pinang, dupa. 2) Rumah kecil, dimana dirumah kecil ini hanya mampu memuat 3 orang, tujuannya dan sajian-sajiannyapun sama. 3) Sumur, dimana masyarakat meyakini bahwa jika seorang gadis mandi di sumur tersebut akan segera mendapatkan jodoh. Ritual ini dilakukan oleh masyarakat umum yang yakin terhadap Bunga Rateng. Ritual ini dipimpin oleh salah satu orang yang dipercaya mampu berkomunikasi dan sebagai perantara kepada makhluk ghaib yang ada di tempat tersebut.

Petta Palloro merupakan sajian turun temurun dari salah satu masyarakat yang yakin terhadap sesajen dan bersifat pribadi yang artinya hanya keluarganya saja yang melakukan ritual tersebut secara turun temurun. Di tempat ini terdapat 1 sumur besar yang diyakini dapat memberikan rezeki, sajiannya yaitu hewan seperti kambing atau ayam tapi kebanyakan memakai kambing dan dupa dan juga telur ayam kampung. Ritual ini dipimpin oleh orang yang memiliki hubungan keluarga dan dianggap mampu menjadi perantara dengan makhluk ghaib yang ada di tempat tersebut. Keluarga ini masih memiliki keyakinan terhadap Petta Palloro karena menurut mereka tempat ini merupakan salah satu warisan peninggalan dari nenek moyang mereka yang diyakini dapat memberikan rezeki dengan cara mengambil air dari

dalam sumur tersebut dan mereka juga percaya jika setelah permintaannya terlaksana mereka harus datang kembali menyembelih hewan yang telah diniatkan sebelumnya.

Ritual sesajen terakhir dilakukan dirumah, ritual ini merupakan sajian turun temurun dari salah satu masyarakat yang yakin terhadap sesajen dan bersifat pribadi yang artinya hanya keluarganya saja yang melakukan ritual tersebut secara turun temurun. Ritual ini biasa disebut dengan P.Mansora yang bertujuan untuk melihat kelancaran rezeki dan bisnis dimana ritual ini dilakukan 3 kali dalam setahun yaitu awal tahun, pertengahan tahun, dan akhir tahun. Sajiannyapun berbeda dan termasuk mudah yaitu dengan sokko' putih 2 piring, telur ayam kampung 2 butir, lilin putih 3, pisang raja 3 sisir yang menandakan bahwa P.Mansora adalah seorang raja, dan menggunakan payung hitam lalu diletakkan diatas bantal yang dilapisi dengan kain putih untuk dibacakan P.Mansora. pisang Raja bermakna bahwa P.Mansora adalah seorang Raja dan seorang yang besar dan tinggi. Sokko' sebagai pendamping pisang dan telur ditancapkan ditengah sokko', dan lilin bermakna untuk melihat rezeki kedepannya. Cara mengetahui lancar tidaknya rezeki dan bisnis yaitu dengan melihat lilin tersebut, jika lilin yang ditengah apinya tinggi sedangkan lilin pertama tidak maka dianggap rezeki dipertengahan tahun akan naik dan di tahun pertama akan menurun dan waktu pelaksanaannya apabila niatnya terkabul dan sesudah lebaran, jika selalu dikerja kemudian tidak dikerja biasanya akan ada peringatan seperti membuat anak dalam keluarga sakit. Ritualnyapun cukup privasi karena dalam sebuah kamar dimana hanya anggota keluarga yang bisa masuk. Ritual P.Mansora juga bisa dilakukan di kuburnya, dinamakan seperti nenek moyang mereka sampai

sekarang untuk meminta rezeki, keberhasilan, jodoh dan lain-lain dengan imbalan setelah permintannya terpenuhi mereka akan kembali menyembelih ayam dan kambing, tergantung dari niat mereka. Sampai sekarang banyak yang percaya pada P.Mansora bahkan tempatnya bertambah bagus.

Hasil dari penelitian ini yaitu masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap tidak yakin dengan sesajen yang dapat menambah rezeki dan melancarkan usaha bisnis yang dijalankan. Hal ini dibuktikan dengan pengujian Chi-Square yang dilakukan yaitu Asymp. Sig. (2-sided) sebesar 0,425 dari uji Chi-Square yang lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Berdasarkan hasil Asymp.Sig. (2-sided) sebesar 0,425 dari uji chi-square yang lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat keyakinan terhadap sesajen tidak memiliki hubungan dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Dengan demikian H_a ditolak dan H_o diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tentang korelasi tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis di masyarakat Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap, maka lewat penulisan skripsi ini disarankan agar seluruh masyarakat yang yakin akan sesajen dapat menguntungkan untuk usaha bisnis agar lebih mengurangi bahkan menghilangkan keyakinan akan hal tersebut. Yakin dan mintalah kepada Allah SWT untuk kelancaran sebuah bisnis yang dijalankan.

Kajian lebih lanjut korelasi tingkat keyakinan terhadap sesajen dengan keberhasilan bisnis, masih perlu dikembangkan dengan meluaskan wilayah sampel penelitian dan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi karena sulitnya peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dan diharapkan

skripsi ini dapat dijadikan acuan dan rujukan utama dalam membahas masalah tersebut. Peneliti selanjutnya diharap menambah variabel independen sebagai bahan perbandingan dari hasil skripsi ini, atau dapat menggunakan teknik analisis data lainnya maupun metode lain seperti metode kualitatif agar didapatkan hasil yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmonalisa. 2010. *“Tradisi Manempu’ Wette Di Desa Baniaga Kecamatan Turikale Kabupaten Maros”*, Universitas Negeri Makassar, Skripsi.
- Azwar, Saefuddin. 2013. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
- Erviana, Leni. 2017. *“Makna Sesajen Dalam Ritual Tilem Dan Implikasinya Terhadap Kehidupan Sosial Keagamaan (Studi Pada Umat Hindu Di Desa Bali Sadhar Tengah Kecamatan Banjit Kabupaten Way Kanan)”*, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Skripsi.
- Febriani, Nufian S dan Wayan Weda Asmara Dewi. 2018. *Teori dan Praktis Riset Kounikasi Peasaran Terpadu*. Malang : UB Press
- Hardin. 2016. *“Komunikasi Trasendental Dalam Ritual Kapontasu Pada Sistem Perladangan Masyarakat Etnik Muna”*, Universitas Halu Oleo Kendari, Vol.20 No.1
- Humaeni, Ayatullah. 2015. *“Ritual Kepercayaan Lokal dan Identitas Budaya Masyarakat Ciomas Banten”*, IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Vol.17, No.2
- Indrasauri, Apita Fikri *”Kepercayaan Pedagang Terhadap Wong Pinter Dalam Menunjang Usaha Dagang Di Pasar Bintaro Demak”*, Universitas Negeri Semarang, ISSN 2252-7133
- Indriyatni, Lies *“Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi pada Usaha Kecil di Semarang Barat)”*, STIE Semarang Vol.5 No.1
- Institut, John E. Fetzer. 2003. *Multidimensional Measurement Of Religiousness/Spirituality For Use In Health Research*. Amerika Serikat: Fetzer Institut

- Johan, Suwinto *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* Ed.I-Yogyakarta : Graha Ilmu
- Madura, Jeff. *Pengantar Bisnis*. Ed.I-Jakarta: Salemba Empat
- Monoharo Goenawan,et.al*Seni Tradisional Sulawesi Selatan* cet.1-Makassar: Lamacca Press
- Mulyadi *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen* Jil.1-Jakarta: Salemba Empat
- Mulyapradana, Aria dan Muhammad Hatta. 2016. *Jadi Karyawan Kaya* Jakarta: Visimedia
- Palaotzian, Raymond F dan Crystal L. Park. 2005. *Handbook Of The Psychology Of Religion And Spirituality* Amerika Serikat: The Guildford Press
- P, Fatmawati. 2014. “*Menre’ Bola Baru*”, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Vol.5, No.2
- Prihadhi, Endra K. 2004. *Makhluk Halus dalam Fenomena Kemusyrikan* edisi-1, Jakarta: Salemba Diniyah
- Putra, Raden Ahmad Romadhoni Surya. 2017. “*Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Peternak: Studi Kasus Pada Kelompok Peternak Ayam Kampung Ngudi Mulya, Gunungkidul*” Vol.41 No.3
- Puspitawati, Harien “*Ketahanan dan Kesejahteraan Keluarga*” Departemen Ilmu Keluarga Institut Pertanian Bogor
- Ratnasari, Alfina Dewi “*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha bisnis online shop di kota Samarinda*”, Universitas Mulawarman, Vol.5, No.1
- Retor, Sisilya Truly.“*Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap Terhadap Kepalsuan Pembelian Pada PT.Conbloc Indonesia Surya Manado*”, Jurnal EMBA
- Rosiana, Wiji dan Ida Ayu Nyoman Saskara “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Rumah Tangga pekerja Wanita yang Bekerja di Industry Laundry*

- Rumah Tangga di Kecamatan Denpasar Selatan*”, Universitas Udayana ISSN 2337-3067
- Shihab M.Quraish. 2000. *Yang Tersembunyi* cet.III, Jakarta: Lentera Hati
- Soetjipto, Budi W. *Kisah Para Kampiun SDM* Jakarta: Salemba Empat
- Solihin, Ismail. *Pengantar Praktis dan Studi Kasus* Ed.I Cet.1-Jakarta: Kencana
- Suarmawan, Kadek Agus “*Analisi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil (Studi pada usaha kerajinan ingka di Desa Bulian Kecamatan Kubutambahan)*” Universitas Pendidikan Ganesha, Vol.5, No.1
- Sugiyono. 2014 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet Ke-20 Bandung : ALFABETA
- Suhud, Laksita Utama. *Start-Up Business Wizard* Ed.I-Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sumianti, Muh. Arsyad, dan Hj. Ratna Supiyah “*Dampak Tradisi Katutuhano (Tolak Bala) Terhadap Keberlangsungan Hidup Masyarakat Nelayan (Studi di Desa Wtorumbe Kecamatan Mawasangka Kabupaten Buton Tengah)*” Vol.3 No.1
- Sunardi dan Anita Primastiwi.*Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, &Kasus*.Cet.I-Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Supranto, J . 2003. *Metode Penelitian Hukum dan Statistik* Jakarta: Rineka Cipta
- Suryana *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Ed.4-Jakarta: Salemba Empat
- Susanti, Ria Putri. 2018. “*Makna Simbolik Sesajen Dalam Kesenian Tradisional Kuda Lumping Sanggar Karya Budaya Di Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak*”, Universitas Riau, Vol.5, Edisi.1
- Sutarno.*Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Ed.I-Yogyakarta: Graha Ilmu
- Umar, Husen. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Zimerrer, Thomas W. dan Norman M. Scarborough. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Ed.5-Jakarta: Salemba Empat

Sumber Lain

Cahyaningtyas Alexia, *"Filosofi Sesajen"* Blog Alexia Cahyaningtyas
<https://jurnalkejawen.blogspot.com> (13 Desember 2018)

Kamus Besar Bahasa Indonesia *"Kepercayaan"* <https://kbbi.web.id> (5 November 2018)

Maryanto Lilik, *"Jenis, Kegunaan, Tujuan Survey"* Blog Lilik Maryanto
<https://lilikmaryanto.wordpress.com> (15 November 2018)

Data Angket Tingkat Keyakinan (X) dan Keberhasilan Bisnis (Y)

Variabel X			Variabel Y										Jumlah X	Jumlah Y
2	2	2	4	5	4	5	2	5	2	2	4	4	10	32
2	3	3	1	5	3	3	2	4	4	4	3	5	9	29
2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	13	30
1	2	3	4	4	3	2	3	2	2	2	2	4	10	22
2	2	4	4	4	3	2	3	2	2	2	4	4	12	24
1	2	2	5	3	2	2	4	2	2	2	5	5	10	25
2	2	2	4	3	2	3	5	3	3	3	4	3	10	26
1	2	3	4	5	4	3	4	2	2	4	4	4	10	28
4	4	1	4	4	3	1	1	3	3	4	2	4	13	22
1	2	2	5	3	4	3	3	4	3	3	2	4	10	26
2	1	3	4	2	2	3	5	3	3	5	2	4	10	26
2	1	3	4	2	2	2	3	4	4	5	2	5	10	26
5	4	4	5	4	5	3	2	4	4	4	3	4	18	29
1	2	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	10	30
1	1	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	10	38
1	2	3	4	4	3	4	3	2	2	2	4	4	10	26
1	1	4	4	4	2	4	2	2	2	2	5	4	10	25
2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	15	30
1	2	2	5	4	4	4	5	2	2	2	2	4	10	27
2	2	2	4	4	3	2	4	2	2	2	3	4	10	24
2	2	2	4	4	4	5	2	2	2	2	3	5	10	27
2	2	2	2	4	3	4	3	2	2	2	3	4	8	25
1	2	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	5	10	28
4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	14	30
4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	12	31
2	3	2	4	4	3	2	4	3	3	3	2	4	11	25

1	2	2	5	4	3	4	4	4	4	2	4	10	26
2	2	2	4	4	3	4	4	3	2	2	3	10	25
2	2	2	3	4	3	4	4	3	2	2	3	9	25
1	2	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	10	26
2	2	2	2	5	3	3	5	2	2	2	4	8	28
2	2	2	4	4	3	3	4	2	2	2	4	10	26
1	2	3	4	4	3	4	4	1	1	4	4	10	25
1	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	10	30
1	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	4	9	24
2	1	3	4	4	3	2	3	2	2	2	4	10	24
1	2	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	10	25
2	1	3	4	4	3	2	4	2	2	2	4	10	25
2	2	1	4	5	3	4	4	2	2	2	4	9	28
2	2	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	8	29
2	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	2	8	28
1	1	2	4	4	3	3	4	2	2	2	4	8	26
1	1	1	4	3	4	3	4	1	1	4	4	7	24
2	1	2	4	2	4	3	4	2	2	2	4	9	25
1	1	4	4	5	4	4	5	1	1	1	4	10	28
1	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	10	29
2	1	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	10	31
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	14	31
1	2	3	4	4	3	2	3	2	2	2	4	10	24
1	1	4	4	4	4	2	3	2	2	2	4	10	25
2	1	1	3	5	3	2	4	3	3	4	4	7	28
1	2	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	9	27
2	2	2	4	4	2	3	3	2	2	2	4	10	24
2	2	2	2	4	3	2	4	4	2	2	3	8	26
2	2	2	4	3	4	2	4	2	2	2	3	10	24
2	2	2	4	4	3	2	4	2	2	2	4	10	25

1	1	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	2	2	2	4	10	25
1	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	4	9	27
2	1	1	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	3	4	8	26
4	3	2	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	13	26

Hasil Crosstabulation Gabungan Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen Dengan Keberhasilan Bisnis

Kat_TK * Kat_KB Crosstabulation

Count

	Kat_KB			Total
	cukup berhasil	berhasil	sangat berhasil	
sangat tidak yakin	5	4	0	9
tidak yakin	26	13	2	41
Kat_TK cukup yakin	4	2	0	6
Yakin	0	3	0	3
sangat yakin	0	1	0	1
Total	35	23	2	60

Hasil Chi-Square

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.089 ^a	8	.425
Likelihood Ratio	9.808	8	.279
Linear-by-Linear Association	1.635	1	.201
N of Valid Cases	60		

a. 12 cells (80.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

RIWAYAT HIDUP



Hikmah Nur Handayani lahir di Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 27 Juni 1997. Anak Pertama dari lima bersaudara dari pasangan ayahanda Muh. Idris Ali dan ibunda Fitriani Anis. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN 274 Mattirowalie dan tamat pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat Madrasah, tepatnya di MTsN Model

Palopo dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA, tepatnya di SMA Negeri 3 Palopo dan dinyatakan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**, dengan Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di Perguruan Tinggi tidak menyurutkan langkahnya untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019.

Seiring dengan berjalannya waktu, dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan dan organisasi, namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul ***Korelasi Tingkat Keyakinan Terhadap Sesajen Dengan Keberhasilan Bisnis di Masyarakat (Studi di Kelurahan Wala Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap)*** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.